

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Manusia memiliki kebutuhan yang selalu ingin dipuaskan. Hal ini dapat dipenuhi melalui kegiatan pembelian. Ada beberapa alasan yang menyebabkan seorang individu melakukan kegiatan pembelian. Alasan untuk melakukan kegiatan pembelian dapat digolongkan menjadi dua, yaitu untuk memenuhi kebutuhan (*needs*) dan untuk memenuhi keinginan (*wants*). Aktivitas pemenuhan kebutuhan dikenal dengan istilah belanja (Sholikah dan Dhania, 2017). Ichsandyarrachman dan Alfian (2016) menyatakan bahwa individu biasanya membeli karena apa yang “dilihat” menarik, bukan membeli karena apa yang “dibutuhkan”. Hal ini menyebabkan kegiatan berbelanja atau membeli barang menjadi kegiatan yang tidak wajar. Akibat dari pembelian yang dilakukan tidak sesuai dengan yang dibutuhkan dapat menyebabkan seseorang menjadi pembeli yang impulsif.

Hasil survei Frontier Consulting Group (Zoel, 2012) menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia cenderung tidak memiliki pola belanja yang teratur, tidak memiliki catatan yang jelas saat akan berbelanja terlebih kebanyakan masyarakat Indonesia akan membeli barang ketika barang tersebut habis pada hari itu sehingga kecenderungan untuk membeli melebihi kebutuhan yang seharusnya menjadi lebih tinggi. Didukung hasil riset Mastercard (Primadhyta, 2015) menyatakan bahwa dari 2.272 responden anak muda (generasi millennial) di Asia Pasifik 50% anak muda Indonesia berusia 18-29 tahun merupakan konsumen yang impulsif di Asia Pasifik, dan nomor dua paling impulsif setelah Thailand.

Berbelanja dapat meningkatkan status sosial individu, karena dengan berbelanja artinya individu tersebut memiliki materi atau uang. Hampir semua orang pernah pergi ke pusat perbelanjaan, awalnya hanya untuk bersenang-senang dan jalan-jalan namun kemudian terpengaruh untuk membeli produk yang dilihatnya tiba-tiba. Perilaku ini apabila dilakukan terus menerus dan menjadi kebiasaan akan berdampak negatif bagi individu, hal ini yang diartikan sebagai pembelian impulsif (Nurvitria, 2015). Pembelian impulsif merupakan pembelian yang tidak rasional, dimana pembelian ini diartikan sebagai pembelian cepat dan tidak terencana. Pembelian ini dilakukan karena adanya konflik pikiran dan dorongan emosional (Verplanken dan Herabadi, 2001).

Bentuk perilaku pembelian impulsif yaitu membeli barang tanpa perencanaan sebelumnya, melakukan pembelian tanpa mempertimbangkan keseluruhan informasi barang, membeli tanpa mengetahui manfaat atau kegunaan barang tersebut, membeli karena tertarik dengan bentuk dan warna, membeli karena tertarik dengan promo diskon dan hadiah yang ditawarkan, berbelanja tanpa memiliki anggaran belanja tiap bulan, tidak memiliki daftar belanja yang jelas saat akan melakukan pembelian, membeli karena mengikuti teman atau *trend* yang berkembang saat ini, dan mengabaikan konsekuensi negatif setelah pembelian seperti boros dalam mengeluarkan uang. Pembelian impulsif dapat memberikan dampak negatif bagi individu yaitu adalah pembengkakan pengeluaran, perasaan menyesal, dan perasaan kecewa karena membeli produk berlebihan (Tinarbuko dalam Saputri, 2016). Fenomena pembelian impulsif menarik untuk diteliti karena

pembelian impulsif juga melanda para mahasiswa, dimana mahasiswa belum memiliki penghasilan yang cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Mahasiswa berada pada tahap perkembangan remaja akhir dan dewasa awal, yaitu berada pada usia sekitar 18 tahun-22 tahun dan 22 tahun-24 tahun (Monks, 2002). Santrock (2012) menjelaskan bahwa pada tahap remaja akhir seharusnya individu sudah lebih bertanggung jawab dalam pengambilan keputusan dan memiliki cara berpikir yang seperti orang dewasa. Sehingga dapat lebih kritis dalam melakukan pembelian dan mengevaluasi produk yang akan digunakan. Sari (dalam Sari, 2016) menyatakan bahwa perbedaan kehidupan dengan saat SMA menyebabkan mahasiswa mengikuti *trend* dan penampilan orang lain, biasanya mereka mudah terpengaruh oleh iklan, suka ikut-ikutan teman serta cenderung boros dalam menggunakan uangnya. Pratiwi (2017) menyebutkan bahwa mahasiswa yang berusia 18 tahun-22 tahun memiliki tingkat konsumtif yang tinggi. Mahasiswa yang tidak memiliki perencanaan dan tidak rasional dalam berbelanja cenderung lebih konsumtif dan mengarah ke impulsif.

Papalia & Feldman (2014) menjelaskan bahwa kedewasaan seseorang dapat ditandai dengan munculnya keterkaitan antara otonomi, kontrol diri, dan tanggung jawab pribadi seseorang. Seorang individu yang sudah dapat berfikir secara realistis, kompleks, dan reflektif serta dapat mempertimbangkan dan memikirkan dampak yang akan terjadi akibat perilaku yang dilakukan. Pada masa perkembangan ini seorang individu juga mengikuti kegiatan atau perilaku yang sama dengan teman sebayanya. Monks (2002) menyatakan bahwa dalam perkembangan sosial remaja seorang individu mulai memisahkan diri dengan

orangtua dan menuju ke arah teman sebayanya. Individu ingin dihargai dan ingin menunjukkan eksistensinya sehingga menyebabkan remaja melakukan pembelian impulsif dimana remaja membeli barang tidak sesuai dengan kebutuhannya namun hanya untuk pemuas keinginannya saja.

Hasil wawancara dan observasi yang dilakukan oleh Nurvitria (2015) dengan 10 orang mahasiswa di Universitas Negeri Yogyakarta menunjukkan bahwa ada kecenderungan perilaku pembelian impulsif yang dilakukan. Alasan responden melakukan pembelian secara impulsif karena ada kepercayaan untuk mengelola uang, keinginan membeli karena melihat banyak teman-teman memiliki sebuah barang dan terbiasa menghabiskan waktu lebih banyak dengan teman bermain di *mall* dan kegiatan bersenang-senang lain. Hasil penelitian awal yang dilakukan Pratiwi (2017) pada 30 mahasiswa di Universitas Pendidikan Ganesha menyatakan bahwa semua mahasiswa yang menjadi responden cenderung melakukan pembelian impulsif. Responden beralasan bahwa ketika berbelanja ada motivasi dan persepsi lain yang tidak terduga dan kurangnya individu dalam mengontrol keinginan dalam diri sehingga dalam pembelian yang dilakukan bersifat impulsif, walaupun sebelumnya sudah membatasi keperluan bahkan sudah merencanakan pembelian.

Berdasarkan hasil kuisioner terbuka dan wawancara peneliti dengan 10 orang mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta, didapatkan data bahwa 10 orang responden cenderung melakukan pembelian impulsif. Alasan responden melakukan pembelian impulsif adalah kurang mampu untuk mengendalikan perilaku membeli saat berada di pusat perbelanjaan, membeli barang yang terlihat menarik tanpa memikirkan manfaatnya, membeli barang yang

tidak terduga dan tidak direncanakan sebelumnya. Responden tidak memiliki anggaran tetap belanja tiap bulannya dan tidak memiliki daftar atau catatan belanja sebelum membeli. Responden juga menjelaskan bahwa sering pergi ke *mall* untuk jalan-jalan saja, namun saat berada di *mall* akan membeli barang diluar rencana karena ada keinginan kuat untuk membeli. Selain itu teman sangat berpengaruh pada saat pembelian barang. Teman sering memberikan bujukan dan saran, sehingga saat berada di mall bersama teman-teman yang awalnya hanya direncanakan untuk jalan-jalan dan menemani teman, akhirnya membuat responden sering membeli barang tanpa pertimbangan dan membeli barang dengan segera.

Baumeister (2002) memaparkan bahwa faktor yang dapat mempengaruhi pembelian individu adalah kontrol diri, suasana hati dan emosi. Kontrol diri merupakan kemampuan individu dalam menahan dan mengontrol tingkah laku dari perilaku membeli yang impulsif dan mengikuti emosi sesaat (Gottfredson dan Hirchi dalam Aroma, 2012). Menurut Ghufroon dan Risnawati (2011) kontrol diri adalah kemampuan individu menahan emosi dan dorongan dari dalam diri untuk mengendalikan dan mengarahkan perilakunya kearah positif. Seorang individu seharusnya saat melakukan sebuah tindakan sudah memiliki rencana sebelumnya, sehingga individu sudah dapat mengontrol diri lebih baik. Mahasiswa yang mampu mengontrol dirinya diharapkan akan mampu mengendalikan perilakunya dalam segala hal termasuk dalam pembelian, agar kegiatan atau aktivitas yang dilakukan tidak mengarah pada perilaku yang sia-sia dan membuang-buang waktu.

Utami dan Sumaryono (2014) menyatakan bahwa dengan kontrol diri yang baik individu akan menahan diri untuk tidak melakukan pembelian yang bersifat

spontan, hanya melibatkan unsur kegembiraan, dan kurang memikirkan konsekuensi setelah pembelian. Sedangkan individu yang tidak mampu mengontrol atau mengendalikan diri dalam melakukan pembelian dapat menjadi pembeli yang impulsif. Individu cenderung spontan dalam membeli dan tidak memiliki perencanaan saat akan melakukan pembelian Sholikhah dan Dania (2017). Roberts dan Manolis (2012) menyatakan bahwa kontrol diri memiliki hubungan yang negatif dan signifikan dengan pembelian impulsif. Dimana semakin tinggi kontrol diri yang dimiliki maka semakin rendah kecenderungan pembelian impulsif yang dilakukan, semakin rendah kontrol diri yang dimiliki maka semakin tinggi kecenderungan pembelian impulsif yang dilakukan.

Selain itu terdapat faktor eksternal yang mempengaruhi pembelian impulsif yaitu faktor kelompok, lingkungan masyarakat dan konformitas teman sebaya (Loudon dan Bitta, 1993). Adanya rekomendasi teman sebaya memiliki pengaruh kuat dalam pembelian impulsif individu. Ini terjadi karena *peer group* menjadi kelompok panutan. Pengalaman belanja dari teman sebaya dapat dijadikan rekomendasi untuk individu karena terpercaya. Disinilah peran teman sebaya yang dapat membuat individu yang awalnya tidak tertarik untuk membeli menjadi tertarik untuk membeli (Danuza, 2018).

Konformitas menurut Mawardah (2017) adalah perubahan atau penyesuaian persepsi, keyakinan dan perilaku karena adanya tuntutan atau tekanan dari kelompok. Hurlock (dalam Sholikhah dan Dania, 2017) menyatakan bahwa konformitas teman sebaya akan semakin tinggi apabila anggota dalam kelompok menggunakan atau membeli barang yang sama. Konformitas teman sebaya dapat

memberikan dampak positif dan negatif terhadap perilaku individu. Sarwono (2011) menyatakan bahwa kecenderungan untuk melakukan konformitas tidak hanya mengikuti pada kegiatan yang positif saja. Santrock (2009) menyatakan individu juga dapat melakukan konformitas pada bentuk perilaku negatif seperti agresif, impulsif dan berbuat onar. Penelitian dari Sholikhah dan Dania (2017) menunjukkan bahwa ada pengaruh positif yang signifikan antara konformitas teman sebaya dengan pembelian impulsif. Dimana semakin tinggi konformitas teman sebaya maka semakin tinggi pembelian impulsif yang dilakukan.

Berdasarkan paparan diatas dapat diketahui bahwa pembelian impulsif yang dilakukan mahasiswa di Indonesia masih tergolong tinggi. Hal-hal yang berkaitan dengan kontrol atas dirinya dan konformitas dengan teman sebaya berpengaruh terhadap tingkat pembelian impulsif mahasiswa. Dari paparan latar belakang di atas, rumusan masalah yang diambil adalah “Apakah terdapat hubungan antara kontrol diri dan konformitas teman sebaya dengan pembelian impulsif mahasiswa”.

## **B. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui hubungan kontrol diri dan konformitas teman sebaya dengan pembelian impulsif mahasiswa
2. Untuk mengetahui hubungan kontrol diri dengan pembelian impulsif mahasiswa
3. Untuk mengetahui hubungan konformitas teman sebaya dengan pembelian impulsif mahasiswa

4. Untuk mengetahui tingkat kontrol diri, konformitas teman sebaya dan pembelian impulsif mahasiswa
5. Untuk mengetahui sumbangan efektif kontrol diri dan konformitas teman sebaya dengan pembelian impulsif mahasiswa

### **C. Manfaat Penelitian**

#### **1. Bagi Universitas**

Hasil penelitian ini diharapkan berguna sebagai informasi dan masukan mengenai hubungan antara kontrol diri, konformitas teman sebaya dengan pembelian impulsif mahasiswa sehingga dapat dijadikan acuan saat pengambilan kebijakan

#### **2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu psikologi khususnya psikologi sosial dan psikologi industri yang berkaitan dengan implementasi kontrol diri dan konformitas teman sebaya dengan pembelian impulsif mahasiswa

#### **3. Bagi Mahasiswa**

Diharapkan dapat memberikan informasi tentang pentingnya kontrol diri dan pergaulan perteman yang memiliki kegiatan positif. Selain itu dapat menjadi bahan evaluasi bagi mahasiswa untuk bijak dalam membeli dan selalu memiliki prioritas dalam berbelanja.